Migros erzielt Rekordumsatz und erhöht Investitionen

Migros erzielt Rekordumsatz und erhöht Investitionen



Auf einer starken finanziellen Basis hat die Migros-Gruppe im anspruchsvollen Marktumfeld 2022 erfolgreich agiert. Sie festigte ihre Position als Marktführerin im Schweizer Detailhandel und verzeichnete

erneut ein kräftiges Wachstum im E-Commerce. Erstmals übertraf der konsolidierte Gruppenumsatz die Marke von CHF 30 Mrd. (+4.2%). Der Gruppengewinn von CHF 459 Mio. war beeinflusst durch stark gestiegene Kosten für Rohstoffe, Verpackung und Energie. Die Migros-Gruppe mit fast 100'000 Arbeitsplätzen erhöhte im Berichtsjahr die Investitionen in den Werkplatz Schweiz und engagierte sich mit über CHF 156 Mio. für die Gesellschaft.

Datum 28.03.2023

Format Medienmitteilung

Das Geschäftsjahr 2022 der Migros-Gruppe war geprägt von steigender Inflation, geopolitischen Unsicherheiten und einer entsprechend gedämpften Konsumnachfrage. Nach den ausserordentlich umsatzstarken Jahren im Zeichen der Coronapandemie verzeichnete der stationäre Detailhandel daher einen leichten Rückgang. Gleichzeitig nahmen das Reise- und Freizeitgeschäft wie auch die Gastronomie wieder kräftig Fahrt auf.

In einem anspruchsvollen Marktumfeld ist es der Migros-Gruppe erneut gelungen, den Umsatz zu steigern und erstmals die Marke von CHF 30 Mrd. zu übertreffen. Diesen Erfolg verdankt sie insbesondere ihren Mitarbeitenden. «Mit grossem Engagement setzen sie sich für die Lebensqualität und die Versorgung der Menschen in der Schweiz ein. Ich bin beeindruckt von der hervorragenden Arbeit der Kolleginnen und Kollegen und von ihrem täglichen Einsatz für das Wohl der Kundinnen und Kunden», sagt Fabrice Zumbrunnen, Präsident der Generaldirektion des Migros-Genossenschafts-Bundes.

Nummer 1 im Schweizer Detailhandel

Die Migros-Gruppe baute ihre Position als Nummer 1 im Schweizer Detailhandel weiter aus, dies sowohl im stationären Handel als auch im Online-Geschäft. Das Sortiment wurde mit neuen, attraktiven Produkten erweitert. Neben der Förderung der regionalen Vielfalt verstärkte die Migros dabei den Fokus auf die Nachhaltigkeit. Die stark gestiegenen Kosten von Rohstoffen, Verpackung und Energie trug die Migros-Gruppe zu einem grossen Teil selbst, um Preiserhöhungen auf Endkundenseite möglichst abzufedern.

Kerngesundes finanzielles Fundament
Der Umsatz der Migros-Gruppe stieg um 4.2% auf CHF 30.138 Mrd. Haupttreiber dafür war die Erholung in jenen Bereichen, die unter der Pandemie besonders gelitten hatten, allen voran das Reise- und Freizeitgeschäft sowie die Gastronomie. Auch das kontinuierliche Wachstum im E-Commerce trug zu dieser positiven Entwicklung bei. Der Detailumsatz aller Unternehmen der Migros-Gruppe in der Schweiz blieb mit CHF 24.678 Mrd. gegenüber dem Vorjahr stabil (-0.3%).

Das Ergebnis vor Finanzerfolg und Ertragssteuern (EBIT) betrug CHF 628 Mio. (Vorjahr: CHF 800 Mio.). Beeinflusst durch starke Kostensteigerungen, davon allein CHF 250 Mio. in der Industrie für Rohstoffe, Verpackung und Energie, resultierte 2022 ein Gruppengewinn von CHF 459 Mio. (Vorjahr: CHF 668 Mio.). Das Eigenkapital (aus dem Handels- und Industriegeschäft) stieg um CHF 380 Mio. auf CHF 21.522 Mrd. (+1.8%) und entspricht 72.5% (Vorjahr: 71.9%) der Bilanzsumme. «Die Migros-Gruppe steht finanziell mehr denn je auf einem kerngesunden Fundament und kann ihren Kundinnen und Kunden deshalb in einem anspruchsvollen Marktumfeld attraktive Preise und Einkaufserlebnisse anbieten», sagt Finanzchefin Isabelle Zimmermann.

Erneut kräftiges Online-Wachstum
Im E-Commerce erzielte die Migros-Gruppe erneut zweistellige Wachstumsraten. Der gesamte Online-Umsatz steigerte sich um 14.9% auf CHF 3.726 Mrd. Grösste Wachstumstreiber waren die Hotelplan Group (+122.5%) und Digitec Galaxus (+7.4%). Der Online-Supermarkt Migros Online konnte zwar nicht an das ausserordentliche Wachstum der Pandemiejahre anknüpfen, blieb aber mit einem Umsatz von CHF 328 Mio. nur leicht unter dem Niveau des Vorjahres (-0.7%). Damit verteidigte Migros Online die Position als Nummer 1 im Schweizer Online-Lebensmittelhandel.

Genossenschaften: Normalisierung nach der Pandemie
Die zehn regionalen Migros-Genossenschaften inklusive Tochtergesellschaften erwirtschafteten 2022 einen Nettoumsatz von CHF 15.904 Mrd. (-2.0%). Davon entfielen CHF 1.384 Mrd. auf das Auslandsgeschäft. Wie erwartet waren das veränderte Marktumfeld und die sich normalisierende Nachfrage nach den umsatzstarken Pandemiejahren auch in den Super- und Verbrauchermärkten inklusive Migros Online zu spüren: Sie erzielten im Inland einen Umsatz von CHF 12.276 Mrd. (-3.1%).

Von rückläufigen Umsätzen betroffen waren wie erwartet auch die Fachmärkte, zu denen Micasa, SportXX, Bike World, Do it + Garden, Melectronics und OBI gehören. Insgesamt belief sich der Umsatz auf CHF 1.612 Mrd. (-6.7%). Dagegen konnte die Gastrono-

mie, die in den Vorjahren unter verordneten Schliessungen und Einschränkungen gelitten hatte, ihre Umsätze um +46.5% auf CHF 577 Mio. steigern.

Angebot nachhaltig produzierter Lebensmittel vergrössert

Die Migros baute ihr Angebot nachhaltig produzierter Lebensmittel 2022 erneut aus. Der Umsatz bei biologischen Lebensmitteln stieg auf CHF 1.264 Mrd. (+1.2%). Gegenüber dem Vorjahr wuchs der Umsatz bei Produkten mit ökologischem oder sozialem Mehrwert um 1.5% auf CHF 3.455 Mrd. Das Sortiment pflanzenbasierter Fleisch- und Milchersatzerzeugnisse der Eigenmarke V-Love wurde von der Migros um rund 40 auf über 150 Produkte vergrössert.

Handel baut Marktanteile weiter aus

Das Departement Handel steigerte seinen Umsatz um 4.9% auf CHF 8.583 Mrd. Nach dem bereits starken Wachstum in den beiden Vorjahren konnten mehrere Handelsunternehmen den Umsatz im Jahr 2022 nochmals deutlich verbessern. Neben dem Online-Händler Digitec Galaxus setzte auch der Convenience-Anbieter Migrolino den Wachstumskurs der Vorjahre fort und erreichte einen Umsatz von CHF 784 Mio. (+5.1%). Migrol steigerte den Umsatz aufgrund des stark gestiegenen Erdölpreises um 23.8% auf CHF 1.795 Mrd. Der Discounter Denner baute in einem rückläufigen Gesamtmarkt seine Marktanteile aus, blieb aber mit einem Umsatz von CHF 3.685 Mrd. unter dem Vorjahresniveau (-3.2%).

Hotelplan, Migros Bank und Medbase auf Wachstumskurs

Im Bereich Gesundheit setzte die Medbase-Gruppe den Wachstumskurs des Vorjahres fort und schloss mit einem Umsatz von CHF 525 Mio. (+7.2%) ab. Neben dem organischen Wachstum in allen Geschäftsfeldern trugen auch Zukäufe zu dieser Entwicklung bei. Die Fitnessfirma Movemi mit den Fitnessformaten der Migros erreichte auf vergleichbarer Basis ein Wachstum von 45.9% auf CHF 159 Mio.

Die Hotelplan Group kehrte nach den gelockerten Reisebeschränkungen und aufgrund des starken Nachholbedarfs bei Ferien- und Geschäftsreisen auf den Wachstumspfad zurück. Sie leistete mit einem Umsatzplus von 122.5% einen spürbaren Beitrag zum Erfolg der Migros-Gruppe.

Ausserordentlich erfolgreich wirtschaftete auch die Migros Bank, die ihren Geschäftsertrag einmal mehr steigerte und nach der erfolgreichen Lancierung der neuen Cumulus-Kreditkarte erstmals über eine Million Kundinnen und Kunden bediente.

Investitionsschub für die Schweizer Wirtschaft

2022 investierte die Migros-Gruppe CHF 1.589 Mrd. (Vorjahr: CHF 1.481 Mrd.) und bestätigte ihre Rolle als wichtiger Wirtschaftsmotor des Landes. Die Schwerpunkte der Investitionen lagen sowohl auf den Investitionen in die Modernisierung des Filialnetzes als auch auf Nachhaltigkeit zur weiteren Senkung des CO2-Ausstosses sowie auf der Digitalisierung der Prozesse.

Engagement für gesellschaftlichen Zusammenhalt

Die Migros-Gruppe leistet vielfältige Beiträge, um den gesellschaftlichen Zusammenhalt in der Schweiz zu stärken. Unter der Dachmarke Migros-Engagement engagierte sie sich 2022 mit über CHF 156 Mio. Das Migros-Kulturprozent förderte mit CHF 139 Mio. die Bereiche Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft. Im Rahmen des Migros-Pionierfonds wurden im Berichtsjahr CHF 16 Mio. zur Verfügung gestellt.

Schrittweise Annäherung an ambitioniertes Klimaziel

Bei der Verbesserung der Nachhaltigkeit erzielte die Migros 2022 in allen strategischen Bereichen deutliche Fortschritte. Um bis 2050 klimaneutral zu werden, baute sie die Zusammenarbeit mit den Lieferanten aus. Per Ende 2022 wurde in den Migros-Filialen sämtliches Plastikeinwegbesteck ersetzt. Allein dadurch lassen sich jährlich 17 Tonnen Plastik einsparen. Zudem hat die Migros in den Ausbau von Elektroladestationen investiert, um umweltfreundliche Mobilität zu fördern.

Mehr Transparenz beim Einkauf

Mit dem M-Check schafft die Migros für ihre Kundinnen und Kunden bei ihren Eigenmarken umfassende Transparenz bezüglich Nachhaltigkeit. Sie hat die Kriterien «Klimaverträglichkeit» und «Tierwohl» im Berichtsjahr um die Kriterien «Umweltfreundliche Verpackungen» und «Fisch aus verantwortungsvollen Quellen» ergänzt.

Spitzenposition als Arbeitgeberin und Ausbildnerin

Die Migros-Gruppe beschäftigte 2022 durchschnittlich 97’727 Personen und bleibt damit die grösste private Arbeitgeberin der Schweiz. Der Personalbestand blieb im Vergleich zum Vorjahr konstant (+0.2%). Mit 3’754 Lernenden in über 60 verschiedenen Berufen bestätigte die Migros zugleich ihre Position als grösste Ausbildnerin der Schweiz.

Reporting Academy: Junge Migros-Mitarbeitende entwickeln Filmquiz

Der Geschäftsbericht der Migros-Gruppe wird seit 2021 durch die Reporting Academy

ergänzt. Zwölf Lernende und Trainees aus unterschiedlichen Betrieben und Berufen der Migros-Gruppe vermitteln auf unterhaltsame Weise Informationen zum zurückliegenden Geschäftsjahr. Diesmal ist eine filmische Quizshow zu den jeweiligen Lehrbetrieben der Jugendlichen entstanden. Zudem interviewten sie die Präsidentin der Verwaltung, Ursula Nold, und den Präsidenten der Generaldirektion, Fabrice Zumbrunnen.

Reporting Academy ↗

Zum Geschäftsbericht 2022 ↗

Kontakte

Medienstelle

Migros-Genossenschafts-Bund

Nutze die Migros App für schnelleres Einkaufen